International Affairs Directorate
Health Canada

Enhancing Canadian Business Involvement in the Global Response to HIV/AIDS

Table of Contents

1. Introduction 1

2. The Global HIV/AIDS Epidemic 1

3. The Impact of HIV/AIDS on Business 2
   - Macroeconomic Impact 3
   - Individual Company Impact 3

4. The Global Business Response to HIV/AIDS 4
   - The Context 5
   - Overview of Business Initiatives to Fight HIV/AIDS 5
   - The Importance of Partnerships 8
   - Key Lessons from the Business Response 8
   - Assessing Results 9
   - Dilemmas for Business 9

5. Resources and Tools for Business 10

Annex A: References 12
   - The Global Epidemic and the Business Response to HIV/AIDS 12
   - Corporate Social Responsibility 12

Annex B: Web Sites
   - Business, HIV/AIDS and Corporate Social Responsibility 14

1. Introduction

The International Affairs Directorate, Health Policy and Communications Branch, Health Canada prepared this background paper to help stimulate discussion and involvement of Canadian businesses in the response to the global HIV/AIDS epidemic. The paper makes a case for such involvement, within the larger context of international corporate social responsibility; documents experience in various countries and regions; and provides an overview of tools and resources for further action.

HIV/AIDS is a serious health threat in almost all parts of the world. In the most affected areas, it is having a profound impact on economic growth, incomes and poverty. In some countries the epidemic threatens economic and political stability. It is increasingly apparent that an effective response can occur only through partnerships involving the public sector, civil society and the business sector. Business interest and involvement is growing, as evidenced by the high profile of HIV/AIDS at the February 2002 World Economic Forum in New York and the involvement of business leaders at the UN General Assembly Special Session on HIV/AIDS in June 2001. That session, known as UNGASS on HIV/AIDS, resulted in a Declaration of Commitment unanimously endorsed by all countries, that clearly identifies the role of business as a key partner – along with governments and civil society – in concerted efforts to address HIV/AIDS through strategies and financing plans at the local, national, regional and global levels.

"There is no more time for half-measures. In terms of life lost, children orphaned and the destruction of the social and economic fabric of whole societies and whole countries, AIDS is an unparalleled nightmare. What is more, its impact continues to grow. In the worst affected countries, where more than one in five adults are infected, infrastructure, services and productive capacity are facing total collapse. The challenge is enormous, but we are not powerless to face it."
Kofi Annan, United Nations
Secretary General

This paper provides information that should be of interest to business leaders, because HIV/AIDS is a growing threat to the highly complex and interdependent world economy in which most businesses operate. Resource-rich and export-oriented countries like Canada count on the sustained vibrancy of world markets and the emergence of new ones for their own economic growth and stability. Understanding the actual and potential business impact of HIV/AIDS, and learning more about effective responses, is clearly in the best interests of the business community. The paper should also be helpful to those in the public sector and civil society who want to work in partnership with the business sector on a more effective global response to HIV/AIDS.

2. The Global HIV/AIDS Epidemic

HIV/AIDS has become the most devastating disease humankind has ever faced.[1] Since the epidemic began more than 20 years ago, 60 million people have been infected with the virus. HIV/AIDS is the leading cause of death in sub-Saharan Africa and the fourth biggest killer worldwide. At the end of 2001, an estimated 40 million people were living with HIV/AIDS.

Different regions of the globe have been affected differently. Approximately 95% of people with HIV/AIDS live in developing countries.

- The hardest hit area is sub-Saharan Africa. AIDS killed 2.3 million Africans in 2001 alone, and 28.1 million are now living with HIV/AIDS. Most of them will not survive the next decade.
- The Caribbean is the second most affected region in terms of prevalence and deaths.

[1] A comprehensive overview of the global HIV/AIDS situation is provided in *AIDS Epidemic Update December 2001*, UNAIDS and World Health Organization, Geneva. Information presented in this section is drawn from that document. For a complete list of references, see Annex A.

- The areas with the fastest growing epidemics are eastern Europe and central Asia. In the Asia-Pacific region, an estimated 7.1 million people are infected, and there is a serious threat of major, generalized epidemics in some countries.
- In the Middle East and North Africa, HIV prevalence continues to be low in most countries, with the fastest growth of the epidemic in countries experiencing complex emergencies, such as Somalia and Sudan.

The burden of illness and death and the ruthless cycle of impoverishment caused by the epidemic result in untold suffering. In Botswana, for example, where adult prevalence rates are over 35%, one-quarter of households can expect to lose an income earner in the next 10 years, and every income earner can expect to take on four more dependants as a result of HIV/AIDS. Households cope by cutting food consumption and other basic expenditures, and many sell assets to cover health care and funeral costs. In Rwanda, households with a family member who has HIV/AIDS spend, on average, 20 times more on health care annually than households without one, resulting in impoverishment for many families.

"Business can often act faster and more efficiently than anyone else. In many countries workplace awareness and prevention programs will be the only source of accurate information employees will have about HIV/AIDS. Company leadership in distributing condoms, providing voluntary counseling and testing and access to care and treatment sends a strong message to governments and other sectors." Richard C. Holbrooke, President and CEO, Global Business Coalition on HIV/AIDS.

Educational enrolment falls as children, most often girls, leave school to care for family members or assume other family responsibilities, jeopardizing education and future prospects. The epidemic is also claiming huge numbers of teachers, doctors, extension workers and other human resources; in some countries, health care systems are losing up to a quarter of their personnel. In 1999 alone, an estimated 860,000 children in sub-Saharan Africa lost their teachers to HIV/AIDS. In Zambia, 40% of teachers are infected, and their death rate is higher than the rate of teacher graduations.

Since 1985, seven million farm workers worldwide have died from AIDS-related causes, and 16 million more will die in the next 10 years. Agricultural output in the hardest hit areas cannot be sustained in such circumstances, and the prospect of widespread food shortages and hunger is real. As a result of these and many other factors, the macroeconomic impact of the epidemic is profound. Per capita growth in half the countries of sub-Saharan Africa is falling by an estimated 0.5 to 1.2% annually as a direct result of HIV/AIDS. Heavily affected countries could lose more than 20% of GDP by 2020.

3. The Impact of HIV/AIDS on Business

Experience with HIV/AIDS in the workplace over the last 20 years has yielded compelling reasons why this epidemic should be a concern of businesses large and small. It has affected the business climate, the workforce and productivity, making it a bottom line issue.

Workforce. In most developing countries, about half those who become infected with HIV do so before they are 25 and die of AIDS or a related illness before they are 35. This has a significant impact on the workforce. Companies of all types face higher costs for training, insurance and benefits and as a result of illness and absenteeism. The impact is most evident in countries where HIV/AIDS has been present longest and where the epidemic is most pervasive. In the most affected areas, HIV/AIDS is severely constraining the ability of some businesses to operate and be competitive. But there are significant risks for companies in both high-prevalence and lower-prevalence regions.

Business Climate. Social and political stability and national security are significantly affected in the countries hardest hit by HIV/AIDS. This creates a very risky business climate. If left unchecked, the disease will

103-02975/

affect governance and leadership and will undermine governments' ability to deal with civil strife, refugee flows, rapid urbanization and poverty. In many African countries, the ranks of the civil service, often the most educated and experienced workers, have been thinned, leaving a substantial administrative void. Loss of personnel to HIV/AIDS is also weakening the ability of the military and police in these countries to ensure national security and maintain civil order. As more and more public resources are required to respond to the epidemic, investment in basic infrastructure and other public services is starved, and pressure for higher taxation increases.

The impact on business at the macroeconomic and individual company levels is well documented in *The Business Response to HIV/AIDS: Impact and Lessons Learned* and in a key publication focusing on the mining sector.[2] The following is a summary of key points from these reports.

"It is more than basic humanitarian concern that should drive the private sector to get involved in the global fight against AIDS. It is in the enlightened self-interest of any company that operates in affected countries, that sells its goods to overseas markets or imports goods from those markets. AIDS is increasingly a threat to the global market economy." Dr. Peter Piot, Executive Director, UNAIDS

Macroeconomic Impact

HIV/AIDS affects people in their most productive years. The impact includes lower earnings due to illness care demands, higher expenditures on health care, and premature death – resulting in lower disposable income and reduced savings rates. In the longer term this shrinks the market size for business – especially in markets outside the basic necessities of food, housing and energy – and reduces the total resources available for production and investment. The ultimate effect is reduced economic growth. The World Bank estimates that HIV/AIDS could reduce national income growth by up to one-third in countries with adult prevalence rates of 10%.[3]

One of the most important lessons from the HIV/AIDS epidemic concerns the consequences of inaction. Denying the risks of an emerging epidemic for current and future economic development and the potential harm to business interests has serious ramifications. Relatively low prevalence rates, if left unchecked, rapidly become high rates of infection with high social and economic costs.

No sector of the economy is immune. Reduced availability of skilled labour and investment increases service and production costs, particularly through the effect on essential sectors such as transport and utilities. Business also depends on the education sector for skilled labour. As previously mentioned, this sector is acutely affected by HIV/AIDS through reduced numbers of teachers and lower numbers of children attending school.

Businesses do not work in isolation. HIV/AIDS affects all productive sectors, business supply chains, and the supply of labour and intellectual capital – all of which can significantly affect a company's capacity to operate. These impacts can lead to a reduction in direct foreign investment, which further harms the macroeconomic environment.

Individual Company Impact

HIV/AIDS has been shown to affect individual business operations in two broad areas: productivity and costs. Basic business principles combined with extensive experience provide the direct link between HIV/AIDS, declining productivity, rising production costs and

[2] *The Business Response to HIV/AIDS* (a seminal document, published in 2000 by UNAIDS, The Global Business Coalition on HIV/AIDS, and the Prince of Wales Business Leaders Forum) was drawn on extensively in preparing this paper. *HIV/AIDS, the Mining and Minerals Sector and Sustainable Development in Southern Africa*, a project of the International Institute for Environment and Development, commissioned by the World Business Council for Sustainable Development, 2000.

[3] The HIV prevalence rate now exceeds 10% in 16 African countries, and several areas of southern Africa have rates exceeding 30%. The average prevalence rate in the Caribbean region is 2.3% and rising steadily, but the worst affected Caribbean countries have rates over 4%. Global experience shows that once the rate reaches 4-5%, it escalates rapidly. By comparison, the average rate in North America is 0.6%, although rates are considerably higher in some populations.

declining profits. The causal relationship between HIV/AIDS and declining profitability is multifaceted. A model explaining this interaction is presented in *The Business Response to HIV/AIDS: Impact and Lessons Learned*. Briefly, the key factors are as follows.

Declining Productivity. Declining and fluctuating productivity reduces ability to meet demand from consumers and buyers, which affects present and future reputation and profitability.

- Increased absenteeism results from employees becoming ill, the demands of caring for ill family members, and the need to attend funerals.
- Increased organizational and workforce disruption results from rising staff turnover, loss of skills, loss of tacit knowledge about the work and company environment, and declining morale.

Increased Costs Rising operating costs affect current profit margins and future profits by reducing investment capacity for increased productivity, expansion, research and development, and workforce training and support.

- Recruitment and training demands rise as a result of increased staff turnover and loss of skills.
- Company life insurance premiums and pension fund commitments rise as a result of early retirement or death.
- Where the company provides or insures health care, these costs can rise significantly with rising HIV/AIDS rates.
- Considerable costs can be added where businesses provide for the funeral costs of employees.

The impact on individual companies varies with the nature of the company/sector, the nature of the labour market, the interaction between the epidemic and the workforce (e.g., prevalence rates, modes of transmission), and the company's related policies and benefits.

4. The Global Business Response to HIV/AIDS

The growing business response to the spread of HIV/AIDS includes actions to protect workforces, community out reach and philanthropy. Successful efforts have occurred through the development of partnerships for HIV/AIDS prevention, education and care between business, the public sector and non-government organizations (NGOs), including community HIV/AIDS organizations.

In developing countries, especially where the HIV/AIDS epidemic is well advanced and the resources of the public sector and civil society are limited, business involvement is absolutely crucial for a successful response to HIV/AIDS. Where many or all segments of the population, including professionals and skilled workers, are affected, no player acting alone can mount a successful response. Governments, businesses, NGOs and multilateral organizations have found they must work together. Moreover, mounting an early and vigorous response has proved effective in slowing the epidemic. In Senegal, for instance, early and comprehensive education and prevention have resulted in one of the lowest infection rates in sub-Saharan Africa.

> *"There can no longer be any debate about whether business should address the HIV/AIDS epidemic. The business sector has unique skills to respond in creative and innovative ways that can support and enhance the combined responses of other partners, such as governments or community-based organizations."*
> William H. Roedy, President, MTV Networks International

The Context

Increasing business involvement is occurring in a context of market globalization and the trend to greater corporate social responsibility.

Globalization. Businesses worldwide are feeling the pressures of increasingly integrated and competitive national and international markets, driven by globalization and economic liberalization combined with demands from investors and consumers for greater productivity, efficiency, innovation, and quality of products and services.

Corporate Social Responsibility Pressures are mounting for businesses to be more responsible and accountable to their wider stakeholders: workforces, suppliers, communities, governments and the general public. The growing global corporate social responsibility (CSR) movement focuses on business decision making linked to ethical values, compliance with legal requirements, and respect for people, communities and the environment. It is rooted in the overall relationship between the company and all its stakeholders. Elements of social responsibility include community outreach, respect for human rights, labour rights, employee relations, creation and maintenance of employment, environmental stewardship, and ethical operations and financial performance.

The CSR movement is closely related to and grew out of concerns about environmental protection and sustainable development. Companies concerned about CSR and environmental sustainability focus on the triple bottom line of financial results, environmental performance and social contribution.

Growing interest and concern about community sustainability in the face of rapid globalization is reflected in public and political expectations that corporate investment activities should make a positive contribution to the economic development and stability of the countries in which they operate. The corporate sector is increasingly aware that good corporate citizenship is good business for many reasons, including greater social and economic stability in countries where they operate, reduced litigation and environmental costs, increased consumer loyalty, reduced volatility of stock values, and better employee morale and loyalty.

CSR business practices can be formalized through company codes of conduct and statements of business ethics and by adopting international guidelines such as the *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) Guidelines for Multinational Enterprises.* The guidelines are multilaterally agreed principles and standards for responsible business conduct. All OECD countries, including Canada, have endorsed them.

Reporting on CSR performance (also known as social auditing) is also becoming more common and can be structured through mechanisms such as the *Sustainability Reporting Guidelines on Economic, Environmental and Social Performance,* developed by the Global Reporting Initiative.

According to the 1999 Millennium Poll on Corporate Social Responsibility, the public has high expectations for corporate social responsibility.[4] CSR was seen as the most important factor contributing to corporate reputation. Respondents put protecting the health and safety of employees at the top of the list of corporate responsibilities, followed by treating employees equally. This applied to both domestic operations and any offshore operations.

Overview of Business Initiatives to Fight HIV/AIDS

Given the impact of HIV/AIDS on business and its stakeholders, there is a clear onus on business to respond. The response has been diverse and is strengthening globally as the HIV/AIDS epidemic advances.

[4] A survey of 25,000 people in 23 countries conducted by Environics International.

At the international organization level, several high-profile partnerships reflect the increasing involvement of business. For example:

- The World Economic Forum, funded by contributions from 1,000 of the world's foremost corporations, has established the Global Health Initiative (GHI). Involving companies from a wide range of sectors, the GHI fosters greater private sector engagement in the global fight against HIV/AIDS, tuberculosis and malaria. At the February 2002 World Economic Forum meeting in New York, the GHI issued an Executive Statement calling on business leaders to make the fight against HIV/AIDS, TB and malaria a priority and outlining how the private sector can make a difference.

> *A partnership between Coca Cola and UNAIDS is tackling AIDS in five African countries. The initiative focuses on building community infrastructure for prevention, education and treatment programs; providing marketing expertise for public awareness and information campaigns; and development of workplace programs and practices at Coca Cola's work sites.*

- Corporate donations to the Global Fund to Fight AIDS, Tuberculosis and Malaria are rising steadily. Administered as part of the UN Foundation, the Fund is an independent public/private partnership that receives most of its money from governments but also seeks contributions from foundations, corporations and individuals.

- There is increasing business participation in UNAIDS, which promotes and establishes joint initiatives with business, reflecting in part the clear emphasis on business involvement in the Declaration of Commitment that concluded the June 2001 Special Session of the United Nations General Assembly on HIV/AIDS.

At the individual company level, the emphasis in the early stages of action on HIV/AIDS tends to be on safeguarding core business activities by protecting and supporting the workforce. However, as businesses become aware of the significance of other stakeholders in influencing the impact of HIV/AIDS on their operations, they have begun to extend their responses to wider prevention, education and community involvement initiatives.

Motivations for initiating an HIV/AIDS response include recognition of actual or potential negative impacts on productivity, production costs and/or market positioning; response to anti-discrimination legislation; and opportunities to enhance market share and image with target markets. Some responses are motivated by core business interests (e.g., the pharmaceutical and insurance industries) or the need to protect markets under direct threat (e.g., the travel and tourism sectors).

Business responses have occurred in four main areas: core business operations, initiatives with business partners, community involvement, and advocacy and leadership. A review of worldwide initiatives in these four areas, including profiles of 16 individual company responses, is presented in *The Business Response to HIV/AIDS*, cited earlier. The report on HIV/AIDS in the mining sector, also referred to earlier, contains a chapter on key stakeholder approaches and responses. The following is a summary of main points from those two documents.

Core Business Operations. Internally focused initiatives, intended mainly to protect and support the company's workforce and their families, include the following:

- development of company HIV/AIDS policies and practices on matters such as non-discrimination, HIV screening, health and pension benefits, confidentiality, and continuation of employment;

- workplace supports to help retain and recruit employees with HIV/AIDS;

- HIV/AIDS education and prevention programs for employees (e.g., peer education and condom distribution); and
- HIV/AIDS care for infected employees (e.g., access to antiretroviral drugs).

Working with Business Partners Businesses have found they need to protect their business partners against the impact of HIV/AIDS in order to remain responsive and competitive and to maintain their reputations. Large enterprises generally have a greater ability to undertake an HIV/AIDS response (e.g., because of higher capital availability and access to skills and information), whereas their suppliers tend to be small and medium-sized enterprises (SMEs) with less capacity. In the developing world, SMEs make up the majority of business operations and sources of employment. Customers are the lifeblood of a business and are thus key partners as well.

Placer Dome, a Canadian mining company, has partnered since 1999 with a South African NGO in the Community AIDS Response (CARE) project. A new initiative of the project, the AIDS Campaign Team Mining (ACT) project, will facilitate home-based care, prevention, economic opportunity and other supports for tens of thousands of people affected by AIDS in five African countries. The 2002 World Bank Development Marketplace Innovation Competition awarded $100,000 to assist with the ACT project.

- ***Supplier and service networks.*** Partnerships between large enterprises and their smaller suppliers and service enterprises have taken two forms. In direct partnership initiatives, the larger company, often a multinational, may extend its HIV/AIDS programs (e.g., education and prevention) to its suppliers or help suppliers set up their own policies and programs. The second approach is collective collaboration and resource sharing (e.g., leadership, training, advice, finance) between large and smaller enterprises through such mechanisms as HIV/AIDS business coalitions, small business associations or chambers of commerce.

- ***Educating customers.*** In some areas, HIV/AIDS threatens present consumer markets. In others, future markets are threatened if HIV/AIDS education and prevention campaigns are not extended to the widest possible audience. A number of companies have used their public communications capacities to reach millions of people with education and prevention messages. Companies have also used their customer outlets and distribution networks to provide information materials and condoms. In developing countries, these distribution networks may be the most effective, or the only, way of reaching large parts of the population. These responses have occurred mostly in the soft drink, beverage alcohol, and entertainment and media sectors.

Community Involvement

Businesses are becoming involved in the wider community response to HIV/AIDS because they realize that their ability to protect their employees is limited if education and prevention are not occurring in the larger community. They are also aware that the disease adds greatly to the cost of public services, thus increasing taxes. In hard-hit areas, some are supporting wider initiatives because of the threat to national economies posed by HIV/AIDS and the realization that business must be part of the national response. These business responses generally fall into two categories.

- ***Social Investment and Outreach.*** Some companies have made a long-term commitment to work with communities (often in partnership with other companies, governments and NGOs) on HIV/AIDS and related issues (poverty, housing, access to education and health services) and are looking to see a real return to both the company and the community. These initiatives involve active participation of company officials and employees in various initiatives, along with such supports as information, company facilities and infrastructure, and finances. Potential benefits to the company include reduced risk to employees, a more stable community operating environment, and enhancement of the company's reputation for social responsibility with public officials, customers and other community members.

- ***Philanthropy.*** Many companies make philanthropic grants to HIV/AIDS education and care projects. These actions could be of indirect benefit to the business, but they are directed mainly at building a reputation as a good corporate citizen. Corporate philanthropy is also undergoing a shift from providing general grants to also providing more targeted needs-based assistance, for example, focusing on the most vulnerable groups.

Advocacy and Leadership. Many companies that have joined the HIV/AIDS response take a lead in advocating for greater business involvement. Executives of such companies have played an important part in encouraging their colleagues to become involved. On the international and national level, companies have begun to collaborate through business coalitions to raise levels of awareness and involvement through dialogue and action. Central to the work of these coalitions is partnership with NGOs, the public sector and intergovernmental organizations to facilitate advocacy.

The Importance of Partnerships

A resounding theme in most business responses is the emphasis on working in partnership. Through joint action, participants can undertake HIV/AIDS initiatives that meet their individual agendas while creating more effective collective responses through better coordination and pooling of resources.

> *"Disease reduction is a critical factor for business success in developing countries, and it is important to recognize that we can maximize the impact of our interventions when we work in partnership with other stakeholders."* Goran Lindahl, Chairman, Anglo-American Coal, and private sector representative on the board of Directors of the Global Fund to Fight AIDS, TB and Malaria.

Key Lessons from the Business Response

The 16 businesses profiled in *The Business Response to HIV/AIDS: Impact and Lessons Learned* consistently identified several key lessons and success factors for developing an effective HIV/AIDS response.

1. Ensure a committed leadership (CEO, board and management) and understanding at all levels of the workforce, particularly through demonstrating the business case for addressing HIV/AIDS.
2. Develop initiatives that match the company's core business skills and technical expertise with the needs of the target audience.
3. Engage in a multi-pronged approach to ensure real effectiveness, that goes beyond the workplace and address issues within the local community.
4. Demonstrate the business costs and benefits and human resource implications of HIV/AIDS initiatives.
5. Undertake a consultative approach with all stakeholders, particularly in involving people living with HIV/AIDS, to ensure that initiatives are appropriately directed and to allow for priority setting.
6. Enter into partnerships with NGOs and governmental and intergovernmental organizations to provide the necessary expertise and knowledge of HIV/AIDS issues and to enable the scaling-up of responses.
7. Involve peer educators/leaders from the target groups in disseminating education and prevention information.
8. Use low-cost creative tools to ensure sustainability and replicability.
9. Undertake continual monitoring and review the effectiveness of HIV/AIDS initiatives, with a willingness to adapt programs accordingly.

- ***Businesses*** can offer three main types of resources to such partnerships: material assets (premises, financial aid, products and services); a skills base (organization and communications, monitoring and measurement capacities, information technology skills, employee volunteers); and networks of contacts (access to company workforce, links to suppliers and customers, links to other businesses).

- ***Public sector partners*** such as national and local governments can bring knowledge about and access to physical and social infrastructure (health care, public health, education, transport, communications); technical expertise; public funding; regulatory authority; and political processes and priorities. Intergovernmental and multilateral agencies such as UNAIDS, the International Labour Organization and the World Bank can offer specialized knowledge, financial assistance, and linkages with other international bodies.

- ***Non-governmental and community-based organizations*** bring the credibility that comes from working closely with those most affected by the HIV/AIDS epidemic and can offer knowledge about the needs and resources of the local community, specialized knowledge of HIV/AIDS, and experience in developing and exercising social and political influence.

Volkswagen do Brasil implemented a coordinated HIV/AIDS care and treatment program for its HIV-employees with HIV/AIDS. This included access to infectious disease specialists, social workers, nutritionists, psychologists, referrals to specialized hospitals, home care, antiretroviral drug treatment and clinical tests. The program resulted in a 90% reduction in hospitalizations and a 40% reduction in treatments and care costs. 90% of employees in the program wee active and without symptoms, and significant savings were realized from reduced absenteeism and loss of experienced employees.

Assessing Results

Many business initiatives are in their early stages, making it difficult for companies to assess effectiveness and impact. A few companies have mechanisms in place to monitor progress, but there is still little hard information on results or cost-effectiveness. As well, companies may be reluctant to share monitoring information if it relates to core business operations.

However, considerable anecdotal evidence indicates that initiatives are having positive effects. Several of the companies profiled in *The Business Response to HIV/AIDS* have reported a reduced incidence of HIV infection among employees, greater willingness of employees to discuss HIV/AIDS and participate in prevention programs, and reduction of workplace prejudice and discrimination against people living with HIV/AIDS. One of the profiled companies, Eskom, a South African utility company, stated that the benefits of HIV/AIDS prevention strategies outweigh the costs of an unchecked spread of HIV/AIDS in the workplace and the community.

Although a few of the companies (e.g., Volkswagen do Brasil) have conducted quantitative studies of outcomes, further work is needed to build the evidence base on costs and effectiveness. This information is important for businesses making decisions about investments in such initiatives.

Dilemmas for Business

Multinational companies may face difficult dilemmas in establishing and maintaining HIV/AIDS community outreach and support initiatives in developing countries.

One of the greatest challenges is building capacity without creating dependency. Companies often become involved in community health issues such as HIV/AIDS because public health infrastructure or services are lacking as a result of social disorganization, government priorities that lie elsewhere, and/or lack of resources. In

some cases, companies that get involved in health and social issues have been criticized by the international community for usurping government functions, making it too easy for governments to avoid their social responsibilities. In addition, if the business closes, the community is left without services. The solution is to find ways to contribute to building sustainable capacity, through partnerships with other businesses, international organizations, NGOs and governments.

The process of consulting and working with local communities – with their diverse and sometimes competing interests and needs – is also challenging. Companies need to be able to identify key community leaders, find out who knows how to get things done, then develop effective ways of working with them. Many resources are available to help companies with this process of community involvement, collaboration and partnership. CSR organizations such as Business for Social Responsibility and the Canadian Centre for Business in the Community, along with HIV/AIDS business organizations such as the Global Business Coalition on HIV/AIDS, can offer tools and advice.

Another difficult issue is the tendency for the 'community' served by company initiatives to expand, with demands on services becoming greater and greater. This can make companies reluctant to do anything at all. It is often a problem for smaller companies with limited financial and staff capacity. The mining sector finds this a particular difficulty, since mining companies are often quite small (as compared to oil companies and some other multinationals) and the sector is economically under siege. Yet expectations and demands are growing. Again, the solution is to find ways to work in partnership with other businesses, governments, international organizations and NGOs – companies are not expected to meet all needs on their own.

5. Resources and Tools for Business

A growing pool of resources and tools are available to help companies find out how HIV/AIDS could affect their business and how to develop and sustain appropriate and effective responses.

Organizations

Several key organizations are good sources of information and assistance. Annex B includes a list of organizations that could be helpful.

- The Global Business Coalition on HIV/AIDS is a membership-based organization that supports its members with advice, peer support, tools and materials, and networking opportunities. Its goals are to promote implementation of workplace policies and programs; harness the skills and resources of companies in initiatives beyond the workplace; support advocacy and leadership of member companies with associates, suppliers and customers; and foster partnerships with government, international and civil society organizations. The Coalition has a program of national and regional summits of business, government and civil society leaders to promote these partnerships. The web site includes links to a wide range of resources and organizations (www.businessfightsaids.org).

- The Asian Business Coalition on AIDS (ABC on AIDS) is a coalition of national business organizations in 10 countries (Thailand, Vietnam, Cambodia, India, Malaysia, Myanmar, Lao PDR, Indonesia, Bangladesh and the Philippines). Some of these national organizations are HIV/AIDS-specific councils or coalitions, while others are more general business or CSR organizations that include a focus on HIV/AIDS. Coalition partners share information,

assess mutual requirements, develop joint strategies and resources to support best practices, and collaborate on information management, training programs and conferences. The web site includes tools, resources and case histories (www.abconaids.org).

- UNAIDS (United Nations Joint Program on HIV/AIDS) produces useful publications on the epidemiology of HIV/AIDS, as well as publications related to the business response. The Partnership Unit focuses on building and supporting partnerships with business (www.unaids.org).

- The Global Compact is a network-oriented organization that promotes corporate leadership around sustainable growth. It brings companies together with UN organizations, labour organizations and other civil society groups to contribute to shared values and principles, including support for HIV/AIDS activities of members (www.globalcompact.org).

Tools and Information Resources

- A "Tool for Managers" is included in *The Business Response to HIV/AIDS*, cited earlier. This tool includes guiding principles, basic elements of the planning process, and options for policies and programs. Guidance on establishing and maintaining successful partnerships is also provided.

- UNAIDS and the World Economic Forum have developed a *Partnership Menu* to help the private sector find innovative HIV/AIDS partnership opportunities. It offers potential donors a list of projects they can sponsor at the country level.

- The International Labour Organization (ILO) has published *An ILO Code of Practice on HIV/AIDS and the World of Work*, offering practical guidance to policy makers, employers, workers' organizations, and other social partners on designing and implementing workplace policies, prevention and care programs, and strategies to address workers in the informal labour sector.

- The Global Business Coalition on HIV/AIDS has a package for chief executives and senior company directors entitled *Employees and HIV: Action for Business Leaders*. This resource presents short, easily understandable principles, backed up by examples of concrete programs already adopted by businesses worldwide.

- Family Health International has published *Private Sector AIDS Policy: Businesses Managing AIDS, A Guide for Managers*. It includes examples of successful workplace programs and advice and tools for planning and implementation.

- The Global Reporting Initiative, which focuses on voluntary corporate social responsibility reporting, is developing a protocol for use by companies in disclosing information on HIV/AIDS policies, practices and programs.

Annex A:
References

The Global Epidemic and the Business Response to HIV/AIDS

AIDS Epidemic Update December 2001. UNAIDS and World Health Organization.

An ILO Code of Practice on HIV/AIDS and the World of Work. 2001. International Labour Organization, International Labour Office, Geneva.

Action by Employers against HIV/AIDS at Work. November 2000. Report of a Workshop held by the International Partnership Against HIV/AIDS in Africa. UNAIDS.

Canada's Global Response to HIV/AIDS: An Interactive Forum. 1999. Health Canada.

Corporate Response to HIV/AIDS. 1997. Report of a UNAIDS-sponsored study of 203 companies in 14 countries. The Conference Board.

Employees and HIV/AIDS: Action for Business Leaders. 2001. Global Business Coalition on HIV/AIDS.

HIV/AIDS: A Commonwealth Emergency, The Case of the Commonwealth Caribbean. 2001. Paper presented by James St Catherine, CARICOM Secretariat, to the 13th Commonwealth Health Ministers Meeting, Christchurch, New Zealand, November 25-29, 2001.

HIV/AIDS, the Mining and Minerals Sector and Sustainable Development in Southern Africa. 2000. A project of the International Institute for Environment and Development, commissioned by the World Business Council for Sustainable Development.

HIV/AIDS: Toward Corporate Disclosure. 2001. Description of a project of the Global Reporting Initiative.

Private Sector AIDS Policy: Businesses Managing AIDS, A Guide for Managers. 1999. Family Health International.

The Business Case for HIV/AIDS. 1996. Health Canada.

The Business Response to HIV/AIDS: Impact and Lessons Learned. 2000. UNAIDS, the Global Business Coalition on HIV/AIDS, and the Prince of Wales Business Leaders Forum.

The Business Response to HIV/AIDS: Innovation and Partnership. 1997. UNAIDS and the Prince of Wales Business Leaders Forum.

The Caribbean Regional Strategic Plan of Action for HIV/AIDS. September 2000. Caribbean Task Force on HIV/AIDS.

To Share and To Learn: The Case for Canadians to Act Globally Against HIV/AIDS. 2000. Health Canada.

Corporate Social Responsibility

Agenda 21: A Comprehensive Plan of Action on Sustainable Development. 1992. United Nations Division for Sustainable Development.

Canadian Development Report 1998: Canadian Corporations and Social Responsibility. 1998. North-South Institute.

Cooperation Between the United Nations and All Relevant Partners, in Particular the Private Sector. August 2001. United Nations General Assembly.

Corporate Social Responsibility. December 2001. Descriptive material, summary of trends, and research findings from the web site of the Canadian Centre for Business in the Community.

Corporate Social Responsibility: A Contribution to Public Ethics and Probity. November 2000. Corporacion FORJA, Chile.

Engaging Stakeholders and Business-NGO Partnerships in Developing Countries. November 1999. Prepared by The Centre for Innovation in Corporate Responsibility for The Alliance of Manufacturers and Exporters of Canada.

Government and Corporate Social Responsibility: An Overview of Selected Canadian, European and International Practices. April 2001. Canadian Business for Social Responsibility.

Introduction to Corporate Social Responsibility. December 2001. Document from the Business for Social Responsibility web site (www.bsr.org).

Promoting Global Corporate Responsibility. December 2001. Document from the National Policy Association web site (www.npa1.org).

Reporting on Corporate Social Responsibility Performance: Results of a Survey of Canadian Companies. March 2001. Prepared for Industry Canada by David Greenall and Ron Yachnin, Canadian Centre for Business in the Community and The Conference Board of Canada.

Stepping Forward: Corporate Sustainability Reporting in Canada. November 2001. Stratos Inc. in collaboration with Alan Willis & Associates and SustainAbility.

Sustainability Reporting Guidelines. June 2000. Global Reporting Initiative.

The Business Case for Sustainable Development. September 2001. World Business Council for Sustainable Development.

The Five Generations of Corporate Codes of Conduct and Their Impact on Corporate Social Responsibility. 1996. E.P. Mendes and J.A. Clark, Human Rights Research and Education Centre, Carleton University.

The Millennium Poll on Corporate Social Responsibility: Executive Briefing. 1999. Environics International Ltd. in cooperation with The Prince of Wales Business Leaders Forum and The Conference Board.

The Mining Sector and Community Health: An Assessment of Activity, Engagement and Perception. Draft, January 2002. Prepared for Natural Resources Canada by Black and White Communications.

The OECD Guidelines for Multinational Enterprises and Global Instruments for Corporate Responsibility. April 2001. Organization for Economic Cooperation and Development, Directorate for Financial, Fiscal and Enterprise Affairs.

Annex B:
Web Sites

Business, HIV/AIDS and Corporate Social Responsibility

The following organizational web sites contain a wealth of information that could be of use to businesses interested in becoming involved in the global response to HIV/AIDS or in strengthening existing HIV/AIDS policies and programs.

Asian Business Coalition on HIV/AIDS
www.ABConAIDS.org

Business Exchange on AIDS and Development
www.cdc.gov

Business for Social Responsibility
www.bsr.org

Canadian Business for Social Responsibility
www.cbsr.bc.ca

Canadian Centre for Business in the Community
www2.conferenceboard.ca/ccbc

Canadian Centre for Innovation in Corporate Responsibility
www.cicr.net

Corporate Council on Africa
www.africacncl.org

Forum Empresa (focus on corporate social responsibility in the Americas)
www.empresa.org

Global Business Coalition on HIV/AIDS
www.businessfightsaids.org

Global Reporting Initiative
www.globalreporting.org

International Chamber of Commerce Group on Business in Society
www.iccwbo.org

International Institute for Sustainable Development
www.iied.org

National Policy Association (U.S.), Corporate Social Responsibility Project
www.npa1.org

North-South Institute
www.nsi-ins.ca

Prince of Wales International Business Leaders Forum
www.pwblf.org.uk

Social Investment Organization
www.socialinvestment.org

United Nations Joint Programme on HIV/AIDS (UNAIDS)
www.unaids.org

United Nations Global Compact
www.unglobalcompact.org

World Alliance for Community Health
www.wacommunityhealth.org

World Business Council for Sustainable Development
www.wbcsd.org

World Economic Forum Global Health Initiative
www.weforum.org

Direction des affaires internationales
Sante Canada

Accroitre l'engagement des entreprises canadiennes a la reponse internationale face au VIH/SIDA dans le monde

Table des matieres

1. Introduction 1

2. L'epidemie mondiale de VIH/SIDA 1

3. L'impact du VIH/SIDA sur les entreprises 2
   - L'impact macroeconomique 3
   - Impact sur chaque entreprise 4

4. La reponse des entreprises face au VIH/SIDA a l'echelle mondiale 5
   - Le contexte 5
   - Aperçu des initiatives des entreprises pour lutter contre le VIH/SIDA 6
   - L'importance des partenariats 9
   - Principales leçons tirees de l'experience des entreprises en matiere de riposte 10
   - Evaluation des resultats 10
   - Dilemmes pour les entreprises 11

5. Les ressources et les besoins necessaires aux entreprises 11

Annexe A : References 13
   - Epidemie mondiale du VIH/SIDA et riposte des entreprises a cet egard 13
   - Responsabilite sociale des entreprises 13

Annexe B : sites Web
   - Entreprises relatifs au SIDA et a la responsabilite sociale des entreprises 15

1. Introduction

La Direction des affaires internationales, Direction générale de la politique et des communications, Santé Canada a préparé ce document d'information en vue d'aider à stimuler et à soutenir l'engagement des entreprises canadiennes à la riposte qui s'exerce contre l'épidémie mondiale de VIH/SIDA. Le document établit le bien-fondé d'un tel engagement dans le contexte plus large de la responsabilité sociale des sociétés à l'échelle internationale; il rend compte de l'expérience de divers pays et régions; et il donne un aperçu des outils et des ressources appropriées à de nouvelles interventions.

Le VIH/SIDA constitue une grave menace pour la santé dans presque tous les coins du globe. Dans les régions les plus touchées, cette maladie a de profondes répercussions sur la croissance, les revenus et la pauvreté. Dans certains pays, l'épidémie met en péril la stabilité économique et politique. Il ressort de plus en plus qu'une réponse efficace ne peut s'exercer que par la création de partenariats associant le secteur public, la société civile et le milieu des affaires. L'intérêt et l'engagement des entreprises augmentent comme en témoignent le Forum économique mondial qui s'est tenu à New York en février 2002 et la participation des dirigeants d'entreprise à la Session extraordinaire de l'Assemblée générale des Nations Unies (SEAGNU) sur le VIH/SIDA, qui s'est tenu en juin 2001. Cette session, appelée SEAGNU sur le VIH/SIDA, a donné lieu à une déclaration d'engagement qui définit clairement le rôle de l'entreprise en tant que partenaire clé – au même titre que les gouvernements et la société civile – se mobilisant pour lutter contre le VIH/SIDA par la mise en œuvre de stratégies et de plans de financement aux niveaux local, national, régional et mondial.

« L'heure n'est plus aux demi-mesures. Le bilan est cauchemardesque, qu'on le dresse en termes de vies perdues, selon le nombre d'orphelins ou en fonction des dommages causés au tissu social et économique de pays entiers. Et le pire, c'est qu'il continue à faire ses ravages. Dans les pays les plus touchés, où plus d'un adulte sur cinq est infecté, l'infrastructure, les services et la capacité de production risquent de s'effondrer Le défi est certes redoutable mais nous ne sommes pas impuissants. » Kofi Annan, secrétaire général des Nations Unies.

Le présent document fournit des éléments d'information qui devraient intéresser les dirigeants d'entreprise, car le VIH/SIDA constitue une menace croissante à l'économie mondiale très complexe et interdépendante dans laquelle sont exploitées la plupart des entreprises. Des pays comme le Canada, qui possèdent d'abondantes ressources et qui sont axés sur les exportations, comptent sur le dynamisme soutenu des marchés mondiaux et sur l'émergence de nouveaux marchés pour leur propre croissance et leur stabilité économique. Il est nettement avantageux pour le monde des affaires de comprendre les répercussions réelles et éventuelles sur les entreprises du VIH/SIDA et d'en apprendre davantage sur les réponses efficaces. Ce document serait utile également aux personnes du secteur public et de la société civile qui souhaitent travailler en partenariat avec le monde des affaires afin de répondre plus efficacement à l'échelle mondiale au VIH/SIDA.

2. L'épidémie mondiale de VIH/SIDA

Le VIH/SIDA apparaît comme la maladie la plus dévastatrice à laquelle l'humanité n'a jamais fait face.[1] L'épidémie ayant commencé à se propager il y a 20 ans, 60 millions de personnes ont été infectées par le virus. Le VIH/SIDA représente la principale cause de décès dans l'Afrique subsaharienne et est le quatrième tueur le plus important dans le monde entier. À la fin de 2001, on estimait que 40 millions de personnes avaient contracté le VIH/SIDA.

Les différentes régions du globe ont été touchées différemment. Environ 95 p. cent des personnes atteintes du VIH/SIDA habitent dans les pays en développement.

[1] Un survol global de la situation mondiale en matière de VIH/SIDA est donné dans AIDS Epidemic Update December 2001, UNAIDS and World Health Organization, Geneva. L'information fournie dans la présente section est tirée de ce document. Pour une liste complète des références, voir l'Annexe A.

- La région la plus durement touchée est l'Afrique subsaharienne. En 2001 seulement, le SIDA a tué 2,3 millions de personnes, et 28,1 millions de personnes vivent avec la séropositivité et le SIDA. La majorité d'entre elles ne survivront pas à la prochaine décennie.

- Sur le plan de la prévalence et des décès, la deuxième région la plus touchée est celle des Caraïbes.

- L'Europe de l'Est et l'Asie centrale sont les régions où la propagation de l'épidémie est la plus rapide. Dans la région Asie-Pacifique, on estime que 7,1 millions de personnes sont infectées. Une épidémie majeure et généralisée menace sérieusement certains pays.

- Au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, la prévalence du VIH continue d'être faible dans la plupart des pays, la propagation la plus rapide de la maladie étant observée dans les pays aux prises avec des situations d'urgence complexes, tels la Somalie et le Soudan.

« Les entreprises peuvent souvent agir plus rapidement et efficacement. Dans de nombreux pays, les programmes de sensibilisation et de prévention en milieu de travail représentent la seule source de renseignements fiables sur le VIH/SIDA auxquels les employés auront accès. Le leadership dont fait preuve les entreprises en distribuant des condoms, en offrant des services volontaires de consultation et de dépistage et en donnant accès à des soins et des traitements envoie un message clair aux gouvernements et aux autres secteurs. » [traduction libre] Richard C. Holbrooke, président et chef de la direction, Conseil mondial des entreprises sur le VIH/sida.

Le fardeau de la maladie et des décès ainsi que le cycle inéluctable de l'appauvrissement causé par l'épidémie provoquent une souffrance indescriptible. Au Botswana, par exemple, où le taux de prévalence chez l'adulte dépasse les 35 p. cent, un quart des ménages peut s'attendre à perdre un soutien de famille au cours des dix prochaines années et chaque soutien de famille peut s'attendre à devoir prendre en charge quatre personnes supplémentaires par suite du VIH/SIDA. Pour joindre les deux bouts, les ménages réduisent leur consommation alimentaire et d'autres dépenses de base. Bon nombre d'entre eux vendent leurs biens pour assumer les coûts liés aux soins de santé et le coût des funérailles. Au Rwanda, les ménages comprenant un membre de la famille atteint du VIH/SIDA consacrent en moyenne 20 fois plus d'argent annuellement aux soins de santé que les autres ménages, ce qui entraîne l'appauvrissement de nombreuses familles.

Le taux d'inscription scolaire chute, car les enfants, le plus souvent les filles, quittent l'école pour prendre soin des membres de la famille ou assumer les responsabilités familiales, ce qui compromet leur éducation et leurs perspectives d'avenir. L'épidémie réclame également un nombre considérable d'enseignants, de médecins, de travailleurs supplémentaires et d'autres ressources humaines; dans certains pays, les systèmes de santé se voient dépouiller jusqu'au quart de leur effectif. En 1999 seulement, on a estimé qu'à cause du VIH/SIDA, 860 000 enfants de l'Afrique subsaharienne avaient perdu leur enseignant. En Zambie, 40 p. cent des enseignants sont infectés et leur taux de mortalité est supérieur à celui de ceux qui sortent du programme de formation.

Depuis 1985, sept millions de travailleurs agricoles sont décédés de causes liées au SIDA et 16 autres millions de travailleurs agricoles mourront au cours des 10 prochaines années. La production agricole dans les régions les plus durement frappées ne peut être assurée dans ces circonstances et le risque de pénuries alimentaires généralisées et de famine est bien réel. Compte tenu de ces menaces et de nombreux autres facteurs, les répercussions macroéconomiques de l'épidémie sont redoutables. Comme conséquence directe du VIH/SIDA, on estime que le ralentissement de la croissance économique par habitant dans la moitié des pays de l'Afrique subsaharienne s'établit à 0,5 p. cent à 1,2 p. cent annuellement. Le PIB des pays lourdement touchés pourrait chuter de 20 p. cent d'ici 2020.

3. L'impact du VIH/SIDA sur les entreprises

Au cours des vingt dernières années, l'expérience du VIH/SIDA en milieu de travail a fourni la preuve irréfutable des raisons pour lesquelles les grandes et petites entreprises devraient s'inquiéter de la propagation de l'épidémie. La maladie a affecté le climat

des affaires, les effectifs et la productivité, devenant ainsi un enjeu majeur.

Les effectifs. Dans la plupart des pays en voie de développement, environ la moitié des personnes ayant contracté le VIH le sont avant l'âge de 25 ans et meurent du SIDA ou d'une maladie connexe avant d'avoir 35 ans. Cette situation a des répercussions importantes sur la main-d'oeuvre. En raison de la maladie et de l'absentéisme, les entreprises de tous genres doivent assumer des coûts supérieurs en ce qui a trait à la formation, aux assurances et aux avantages sociaux. Ces répercussions se font le plus sentir dans les pays où le VIH sévit depuis longtemps et où l'épidémie se propage le plus. Dans les régions les plus touchées, le VIH/SIDA limite sérieusement la capacité de certaines entreprises à fonctionner et à être concurrentielles. Néanmoins, les entreprises établies dans les régions à forte et à faible prévalence sont aussi exposées à des risques évidents.

« C'est beaucoup plus qiune préoccupation humanitaire de base qui doit inciter le secteur privé à participer à la lutte mondiale contre le SIDA. Il s'agit plutôt de lintérêt personnel éclairé de chaque entreprise qui exerce des activités dans les pays touchés, qui exporte des biens sur les marchés d'outremer ou qui importe des biens de ces marchés... Le SIDA menace de plus en plus l'économie de marché mondiale. » Dr Peter Piot, directeur exécutif, ONUSIDA

Le climat des affaires. La stabilité sociale et politique ainsi que la sécurité nationale sont fortement ébranlées dans les pays les plus durement frappés par le VIH/SIDA. Il en résulte un climat des affaires très incertain. En outre, si la maladie n'est pas maîtrisée, celle-ci influera sur la gestion publique et le leadership et minera la capacité des gouvernements à faire face aux conflits civils, aux mouvements de réfugiés, à l'urbanisation rapide et à la pauvreté. Dans de nombreux pays africains, les rangs de la fonction publique, où l'on trouve souvent les travailleurs les plus éduqués et expérimentés, se sont dégarnis, laissant ainsi un vide administratif important. La perte de personnel due au VIH/SIDA affaiblit également la capacité des militaires et de la police de ces pays à assurer la sécurité nationale et à maintenir l'ordre sociale. De plus en plus de ressources publiques étant mobilisées pour riposter à l'épidémie, les investissements dans l'infrastructure de base et dans d'autres services publics se font rares et la pression en faveur de l'augmentation des impôts s'accroît.

L'impact sur les entreprises au niveau macroéconomique et au niveau de celles-ci individuellement est bien documenté dans l'étude intitulée Riposte des entreprises au VIH/SIDA : Impact et leçons tirées ainsi que dans une publication clé qui met l'accent sur le secteur minier.[2] Dans les lignes qui suivent, nous résumons les principaux points de ces documents.

L'impact macroéconomique

Le VIH/SIDA touche les gens dans leurs années de vie les plus productives, en raison notamment de la baisse des revenus due à la maladie, des demandes de soins, de l'augmentation des dépenses liées aux soins médicaux et des décès prématurés; la conséquence en est une diminution du revenu disponible et du taux d'épargne. À long terme, ces phénomènes ont pour effet de réduire la taille des marchés ouverts aux entreprises, plus particulièrement les marchés extérieurs aux nécessités de base que sont la nourriture, le logement et l'énergie, et de diminuer l'ensemble des ressources disponibles pour la production et les investissements. En dernier ressort, cela conduit à l'affaiblissement de la croissance économique. Selon les estimations de la Banque mondiale, l'impact macroéconomique du VIH/SIDA pourrait réduire d'un tiers la croissance du revenu national dans les pays où le taux de prévalence est de 10 p. cent chez les adultes.[3]

[2] La préparation du présent document d'information s'est largement inspirée de l'ouvrage « Riposte des entreprises au VIH/SIDA (un ouvrage fondamental, publié en l'an 2000 par ONUSIDA, le Conseil mondial des entreprises sur le VIH et le SIDA et The Prince of Wales Business Leaders Forum). Le HIV/AIDS, the Mining and Minerals Sector and Sustainable Development in Southern Africa, un projet de l'Institut national pour l'environnement et le développement, a été mandaté en l'an 2000 par le World Business Council for Sustainable Development, 2000.

[3] Le taux de prévalence excède maintenant les 10 p. cent dans 16 pays africains et plusieurs régions de l'Afrique australe affichent des taux supérieurs à 30 p. cent. Le taux de prévalence moyen dans les région des Caraïbes est de 2,3 p. cent et il croît constamment; toutefois, les pays des Caraïbes les plus touchés ont des taux supérieurs à 4 p. cent. L'expérience planétaire révèle qu'une fois atteint les 4 à 5 p. cent, le taux s'accélère rapidement. Par comparaison, le taux moyen enregistré en Amérique du Nord est de 0,6 p. cent et ce, même si certaines couches de la population présentent des taux beaucoup plus élevés.

L'une des leçons les plus importantes qui se dégagent de la propagation de la maladie a trait aux conséquences de l'inaction. Face à l'apparition d'une épidémie, une attitude consistant à nier les risques actuels ou futurs pour le développement économique et le tort que cela peut causer aux intérêts des entreprises a de graves répercussions. Un taux de prévalence relativement faible, s'il n'est pas maîtrisé, peut se transformer en un taux élevé d'infection, avec les coûts sociaux et économiques élevés qui en découlent.

Aucun secteur de l'économie n'est épargné. Une diminution de la main-d'oeuvre compétente et des investissements disponibles fait augmenter le coût des services et de production, en particulier par les répercussions sur des secteurs essentiels tels que les transports et les services d'utilité publique. Les entreprises dépendent également du secteur de l'éducation pour obtenir une main-d'œuvre compétente. Comme nous l'avons vu, ce secteur est touché d'une façon aiguë par le VIH/SIDA, qui diminue le nombre d'enseignants et d'enfants qui vont à l'école.

Les entreprises ne travaillent pas dans l'isolement. Le VIH/SIDA a des effets sur tous les secteurs de la production, sur les chaînes de distribution et sur la main-d'œuvre disponible et le capital intellectuel. Ces effets sont susceptibles d'affecter de manière significative la capacité de fonctionnement d'une entreprise. Il peut s'ensuivre aussi une réduction des investissements directs étrangers, ce qui nuira davantage à l'environnement macroéconomique.

Impact sur chaque entreprise

Il a été montré que deux grands domaines des activités de chaque entreprise sont touchés par le VIH/SIDA : la productivité et les coûts. Les principes de base du commerce, associés à une vaste expérience, démontrent l'existence d'un lien direct entre le VIH/SIDA, la baisse de la productivité, la hausse des coûts de production et la diminution des bénéfices des entreprises. La relation causale entre le VIH/SIDA et la diminution des bénéfices est complexe. Un modèle expliquant l'interaction est présenté dans le document Riposte des entreprises au VIH/SIDA : Impact et leçons tirées. Brièvement, les facteurs clés s'énoncent comme suit.

Baisse de la productivité. La baisse et les fluctuations de la productivité diminuent la capacité à répondre à la demande des consommateurs et des acheteurs, ce qui se répercute sur la réputation et sur les bénéfices actuels et futurs de l'entreprise.

- L'absentéisme augmente parce que les employés tombent malades; parce qu'ils sont obligés de prendre soin des membres malades de leur famille et qu'ils doivent assister aux funérailles.
- Un bouleversement organisationnel et une désorganisation au sein de la main-d'oeuvre résultent de l'augmentation du renouvellement du personnel, de la perte des connaissances tacites au sujet du travail et de l'entreprise et de la baisse de moral.

Augmentation des coûts. L'augmentation des coûts de production a une incidence sur les marges bénéficiaires actuelles et sur les bénéfices futurs, car elle diminue la capacité des entreprises à investir pour améliorer la productivité, à prendre de l'expansion, à assurer la recherche et le développement, et à former et à soutenir les employés.

- Le renouvellement du personnel et la perte de compétences s'accentuant, les besoins de recrutement et de formation augmentent.

> *« Il n'y a pas de discussion possible quant à savoir si les entreprises doivent participer à la lutte contre l'épidémie. Le secteur des affaires possède des compétences uniques pour intervenir de façon créative et novatrice en vue d'appuyer et renforcer les interventions conjuguées des autres partenaires, comme les gouvernements ou les organismes communautaires. » [traduction libre]*
> William H. Roedy, président, MTV Networks International

- Les primes des assurances sur la vie et les charges liées aux fonds de pension augmentent en raison des retraites et des décès prématurés.

- Quand l'entreprise prend en charge les soins médicaux, les coûts de ceux-ci peuvent s'accroître de manière significative parallèlement à la hausse des taux de VIH/SIDA

- Des coûts supplémentaires considérables peuvent s'ajouter si l'entreprise assume les frais d'obsèques des employés.

Les répercussions sur chaque entreprise varient en fonction de la nature de l'entreprise/du secteur, du type de marché du travail, de l'interaction entre l'épidémie et la main-d'œuvre (p. ex., les taux de prévalence, les modes de transmission) et des politiques et des avantages mis de l'avant par l'entreprise.

4. La réponse des entreprises face au VIH/ SIDA à l'échelle mondiale

L'intensification de la réponse des entreprises face à la propagation du VIH/SIDA inclut des mesures visant la protection de la main-d'œuvre, de l'approche communautaire et de la philanthropie. Les efforts qui ont porté fruit ont été accompagnés du développement d'un partenariat entre les entreprises, le secteur public et les organisations non gouvernementales (ONG) (dont les organismes communautaires s'occupant des personnes atteints du VIH/SIDA) en matière de prévention, d'éducation et de soins.

Dans les pays en développement, en particulier dans les pays où la propagation de l'épidémie est importante et où les ressources du secteur public et de la société civile sont restreintes, l'engagement des entreprises est absolument essentiel à une riposte réussie au VIH/SIDA. Lorsque de nombreux segments ou tous les segments de la population, y compris les spécialistes et les travailleurs qualifiés, sont touchés, aucun acteur agissant seul ne peut mener à bien la riposte. Les gouvernements, les entreprises, les ONG et les agences multilatérales ont pris conscience qu'ils devraient collaborer. En outre, il est prouvé que le recours à une réponse rapide et vigoureuse permet de ralentir la progression de l'épidémie. Au Sénégal, par exemple, un programme détaillé d'éducation et de prévention précoces a permis d'obtenir l'un des taux d'infection les plus faibles de l'Afrique subsaharienne.

Le contexte

Un plus grand engagement des entreprises survient dans un contexte de mondialisation des marchés et de la tendance à une plus grande responsabilité sociale de la part des entreprises

Mondialisation. Les entreprises à l'échelle mondiale sont soumises aux pressions des marchés nationaux et internationaux de plus en plus intégrés et compétitifs sous l'effet de la mondialisation et de la libéralisation de l'économie, associées à la demande des investisseurs et des consommateurs, qui exigent davantage de productivité, de rendement, d'innovation et de qualité des produits et des services.

Responsabilité sociale des entreprises On attend des entreprises qu'elles soient de plus en plus responsables et rendent des comptes à toutes les parties prenantes : main-d'œuvre, fournisseurs, communautés, gouvernements et population en général. Le mouvement de responsabilité sociale croissante des entreprises à l'échelle mondiale met l'accent sur le processus décisionnel lié aux valeurs morales, à l'observation des prescriptions des lois ainsi qu'au respect des gens, des communautés et de l'environnement. Ce mouvement prend racine dans la relation globale entre l'entreprise et tous ses intervenants. Les composantes de la responsabilité sociale incluent l'approche communautaire, le respect des droits de la personne et des travailleurs, les relations avec les employés, la création et le maintien de l'emploi, la bonne intendance de l'environnement, les activités d'ordre moral et le rendement financier.

Le mouvement de responsabilité sociale des entreprises (RSE) est lié étroitement aux préoccupations soulevées par la protection de l'environnement et le

développement durable, et est issu de ces préoccupations. Les entreprises qui se soucient de la RSE et de la durabilité de l'environnement sont axées à la fois sur les résultats financiers, le rendement environnemental et la contribution sociale.

Les préoccupations et l'intérêt grandissants au sujet de la viabilité des communautés, face à l'accélération de la mondialisation, se reflètent dans les aspirations de la société et dans les attentes sur le plan politique, à savoir que les activités d'investissement des entreprises doivent se traduire par un apport positif au développement économique et à la stabilité des pays dans lesquels celles-ci poursuivent leurs activités. Les entreprises sont de plus en plus conscientes du fait qu'une réputation de civisme représente une saine gestion des affaires pour de nombreuses raisons, notamment celle d'une plus grande stabilité sociale et économique dans les pays où elles sont établies; diminution des frais de litige et des coûts environnementaux; fidélisation accrue de la clientèle; volatilité réduite des valeurs boursières; et amélioration du moral et de la loyauté des employés.

Les pratiques des entreprises en matière de responsabilité sociale peuvent être formalisées au moyen de codes de conduite et de codes de déontologie des affaires en adoptant des lignes directrices internationales telles que les Principes directeurs de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) à l'intention des entreprises multinationales. Il s'agit de principes et de normes convenus de façon multilatérale, qui indiquent la conduite responsable que doivent suivre les entreprises. Tous les pays de l'OCDE, y compris le Canada, y ont souscrit.

Le bilan relatif au rendement en matière de RSC (appelé également le concept du bilan social) est de plus en plus courant et peut être structuré au moyen d'autres mécanismes tels que les Directives visant les rapports d'entreprise sur la durabilité en matière de rendement économique, environnemental et social, élaborées par la Global Reporting Initiative.

Selon le 1999 Millennium Poll on Corporate Social Responsibility, la population nourrit de grandes attentes à l'égard de la responsabilité sociale des entreprises.[4] La RSE est perçue comme le facteur qui contribue le mieux à soutenir la réputation d'une entreprise. Les répondants placent au sommet des priorités en matière de responsabilité des entreprises la santé et la sécurité des employés, suivies du traitement équitable des employés. Cela s'applique tant à leurs activités nationales qu'internationales.

Aperçu des initiatives des entreprises pour lutter contre le VIH/SIDA

L'incidence du VIH/SIDA sur les entreprises et leurs intervenants étant posée, il revient clairement à celles-ci de réagir. La riposte a été variée et elle est en train de se consolider à l'échelle mondiale avec la propagation de l'épidémie.

Un partenariat entre Coca Cola et ONUSIDA s'attaque actuellement au problème du SIDA dans cinq pays africains. L'initiative met l'accent sur la mise en place d'une infrastructure communautaire aux fins des programmes de prévention, d'éducation et de traitement; sur la prestation d'une expertise en marketing en vue de sensibiliser la population; sur l'élaboration de programmes et de pratiques en milieu de travail, effectuée dans les bureaux de Coca Cola.

Au niveau des organisations internationales, on observe l'existence de plusieurs partenariats importants qui reflètent l'engagement accru des entreprises. Par exemple :

- Le Forum économique mondial, financé par les contributions des 1 000 plus grandes sociétés du monde, a établi la Global Health Initiative. Faisant

[4] Un sondage effectué par Environics International auprès de 25 000 personnes provenant de 23 pays.

intervenir des entreprises provenant de divers secteurs, la GHI favorise une participation accrue du secteur privé à la lutte contre le VIH/SIDA, la tuberculose et la malaria. À la réunion du Forum économique mondial qui a eu lieu en février 2002 à New York, la GHI a émis une déclaration enjoignant les dirigeants d'entreprise de placer au rang de leurs priorités la lutte contre le VIH/SIDA, la tuberculose et la malaria, et insistant sur la façon dont le secteur privé peut changer les choses.

- Les dons des sociétés au Fonds mondial de lutte contre le SIDA, la tuberculose et la malaria augmentent constamment. Administré dans le cadre de la Fondation des Nations Unies, le fonds est le fruit d'un partenariat indépendant entre le secteur public et le secteur privé, qui reçoit une grande partie de son financement du gouvernement. La contribution des fondations, des sociétés et des particuliers est toutefois également sollicitée.

- On observe une participation accrue des entreprises à la Partnership Unit de l'ONUSIDA, qui met en valeur l'établissement d'initiatives conjointes avec des entreprises, reflétant ainsi en partie l'accent qui est mis sur l'engagement des entreprises à la déclaration d'engagement qui a été signée à la session extraordinaire de l'Assemblée générale des Nations Unies en juin 2001.

Au niveau de l'entreprise individuelle, dans les premiers stades de l'action, les entreprises ont mis l'accent sur leurs activités principales et leur préservation par la protection et le soutien du personnel. Comme elles se rendent de plus en plus compte que les autres parties prenantes peuvent influencer l'impact du VIH/SIDA sur leurs activités, elles étendent maintenant leurs actions afin de collaborer à des initiatives de prévention et d'éducation plus larges ainsi qu'à des initiatives communautaires.

Les motifs qui justifient la réponse des entreprises incluent la reconnaissance des répercussions négatives actuelles ou éventuelles sur la productivité, les coûts de production et la position occupée sur le marché; la réponse à une loi anti-discrimination; et l'occasion d'améliorer les parts de marché et l'image de l'entreprise auprès des marchés cibles. Certaines réponse sont motivées par des intérêts de premier plan (p. ex., chez les compagnies pharmaceutiques et les compagnies d'assurance) ou le besoin de protéger les marchés menacés directement (p. ex., l'industrie touristique).

La réponse des entreprises a touché à quatre domaines : les activités principales des entreprises, les initiatives avec les partenaires commerciaux, la participation communautaire, la sensibilisation et le leadership. Un examen des différentes initiatives entreprises dans ces quatre domaines, y compris des profils des 16 ripostes organisées par chaque entreprise, est présenté dans l'ouvrage cité précédemment, Riposte des entreprises au VIH/SIDA. Le rapport sur le VIH/SIDA dans le secteur minier, mentionné aussi précédemment, comprend un chapitre sur les approches et les ripostes des intervenants clés. Dans les lignes qui suivent, nous présentons un résumé des principaux points abordés dans ces deux documents.

Activités principales. Les initiatives axées sur les activités internes, visant essentiellement à protéger et à soutenir les employés de l'entreprise et leurs familles, incluent ce qui suit :

- élaboration de politiques et de pratiques en matière de VIH/SIDA ayant trait à la non-discrimination, au dépistage du VIH, aux prestations de maladie et aux rentes de retraite, à la confidentialité et à la poursuite de l'emploi;

- soutien du milieu de travail pour aider au maintien en poste et au recrutement d'employés atteints du VIH;

- programmes d'éducation et de prévention du VIH à l'intention des employés, comme par exemple, l'éducation par les pairs et la distribution de condoms;

- soins accordés aux employés infectés (p. ex., accès à des médicaments antirétroviraux).

Collaborer avec les partenaires commerciaux. Les entreprises estiment qu'elles doivent préserver leurs partenaires commerciaux de l'impact du VIH/SIDA afin d'être prêtes à réagir, de rester compétitives et de maintenir leur réputation. Les grandes entreprises ont généralement une plus grande capacité à mettre en œuvre des interventions (étant donné leur disponibilité

en capital et leur accès aux compétences et à l'information), tandis que leurs fournisseurs ont tendance à être de petites et moyennes entreprises (PME) avec moins de capacité. Dans les pays en développement, les PME constituent la majorité des activités commerciales et des sources d'emploi. La clientèle est le sang nourricier d'une entreprise et en est aussi le partenaire clé.

- ***Réseaux de fournisseurs et de service.*** Les partenariats conclus entre les grandes entreprises et les fournisseurs et les entreprises de services de plus petite taille se présentent sous deux formes. Dans les initiatives de partenariat direct, la grande entreprise, souvent une multinationale, peut élargir ses programmes d'intervention sur le VIH/SIDA (p. ex., éducation et prévention) à ses fournisseurs ou aider ceux-ci à élaborer leurs propres politiques et programmes. La deuxième approche en est une de collaboration collective et de partage des ressources (p. ex., leadership, formation, avis, finances) entre les grandes et les petites entreprises au moyen de mécanismes tels que les coalitions d'entreprises contre le SIDA, les associations de petites entreprises ou les chambres de commerce.

- ***Éducation de la clientèle.*** Dans certains domaines, le VIH/SIDA menace les marchés actuels de consommateurs. Dans d'autres, ce sont les futurs marchés qui sont menacés si les compagnes d'éducation et de prévention ne sont pas élargies à un public plus vaste. Un certain nombre d'entreprises se sont servies de leurs moyens de communication pour faire passer à des millions de gens leurs messages axés sur l'éducation et la prévention. Les entreprises ont également utilisé leurs points de vente et leurs réseaux de distribution pour fournir l'information sur les programmes et les condoms. Dans les pays en développement, les réseaux de distribution peuvent être les moyens les plus efficaces ou être la seule façon d'atteindre de larges couches de la population. Ce sont surtout les secteurs des boissons gazeuses, de l'alcool de bouche, du divertissement et des médias qui ont mené ce type d'actions.

Participation communautaire. Les entreprises s'engagent dans la lutte menée par les collectivités car elles se rendent de plus en plus compte que leur capacité à protéger leurs employés est limitée si elles n'étendent pas leurs efforts d'éducation et de prévention aux communautés locales. Elles prennent aussi conscience que la maladie peut grever la facture des services collectifs et ainsi contribuer à augmenter les impôts. Dans les régions durement frappées, certaines entreprises appuient des initiatives plus larges en raison de la menace de la maladie qui pèse sur les économies nationales et de la prise de conscience que les entreprises doivent prendre part à la riposte nationale. Les ripostes des entreprises se rangent habituellement dans deux catégories.

Placer Dome, une entreprise minière canadienne, s'est associée depuis 1999 à une ONG sud-africaine dans le projet Care. Une nouvelle initiative du projet, en faveur des mineurs licenciés et de la lutte contre le SIDA (projet ACT), facilitera l'organisation des soins à domicile, la prévention, les avenues de développement économique et autres soutiens offerts à des dizaines de milliers de personnes atteintes du SIDA dans cinq pays africains. Le 2002 World Bank Development Marketplace Innovation Competition a attribué 100 000 $ pour aider au projet ACT.

- ***Investissement social et approche communautaire.*** Certaines entreprises se sont engagées à long terme à collaborer avec les communautés (souvent en partenariat avec d'autres entreprises, des gouvernements et des ONG) pour lutter contre le VIH/SIDA et résoudre d'autres problèmes connexes (pauvreté, logement, accès à l'éducation et aux services de santé); elles attendent aussi un « retour » réel de cette collaboration aussi bien pour elles-mêmes que pour la communauté. Au nombre de ces initiatives, précisons la participation active de porte-parole de l'entreprise et des employés à différents projets, ainsi que les soutiens nécessaires tels que l'information, les installations et l'infrastructure de l'entreprise, et les finances. Les avantages éventuels que ces projets rapporteront à l'entreprise incluent un risque plus faible que les employés contractent la maladie, un environnement plus stable pour la

communauté et l'amélioration de la réputation de l'entreprise en matière de responsabilité sociale auprès des fonctionnaires, de la clientèle et des membres de la collectivité.

- ***Philanthropie.*** De nombreuses entreprises ont fait des dons philanthropiques aux projets d'éducation et des soins en rapport avec le VIH/SIDA. Ces actions pouvaient être d'un intérêt direct pour l'entreprise, mais elles avaient surtout pour objectif de lui attirer une réputation de civisme. Les actions philanthropiques des entreprises subissent également une transformation. En effet, on observe que celles-ci continuent à faire des dons mais que leur aide est de plus en plus ciblée et axée sur les besoins; par exemple, elles s'occupent en priorité des groupes plus vulnérables.

Sensibilisation et leadership. Bon nombre d'entreprises font oeuvre de pionnier en incitant le monde des affaires à entreprendre des actions contre le VIH/SIDA. Les dirigeants de ces entreprises ont joué un rôle important en encourageant leurs collègues à s'engager dans l'action. Au niveau international et national, les sociétés ont entrepris de collaborer au moyen de coalitions d'entreprises dans le but d'élever les niveaux de sensibilisation et d'engagement par le dialogue et l'action. Les initiatives de partenariat avec les ONG, le secteur public et les organisations intergouvernementales en vue de faciliter la campagne de sensibilisation sont au cœur des efforts des coalitions.

L'importance des partenariats

Dans la plupart des actions des entreprises, l'un des thèmes prédominants est l'accent mis sur le travail en partenariat. L'action conjointe permet aux participants de mettre sur pied des initiatives de lutte contre le VIH/SIDA qui satisfont les préoccupations individuelles tout en débouchant sur des réponses collectives plus efficaces grâce à une meilleure coordination et à la mise en commun des ressources.

- ***Les entreprises*** peuvent offrir trois principaux types de ressources à ces partenariats : les actifs matériels (locaux, aide financière, produits et services); des compétences (organisation et communication, capacités de surveillance et de mesure, aptitudes en matière de technologie de l'information, des employés bénévoles); et des réseaux de personnes-ressources (accès aux employés de l'entreprise, liens aux fournisseurs et aux clients ainsi qu'à d'autres entreprises).

> *« Le recul de la maladie est un facteur essentiel au succès des entreprises dans les pays en développement. De plus, il est important de reconnaître que nous pouvons optimaliser l'incidence de nos interventions lorsque nous travaillons en partenariat avec d'autres parties prenantes. »* Goran Lindahl, président, Anglo-American Coal et représentant du secteur privé auprès du Fonds mondial de lutte contre le SIDA, la tuberculose et la malaria.

- ***Les partenaires du secteur public*** tels que les gouvernements nationaux et locaux peuvent mettre à contribution leurs connaissances au sujet des infrastructures physiques et sociales (soins de santé, santé publique, éducation, transport, communication); leur expertise technique; le financement public; le pouvoir de réglementation; et les processus et priorités stratégiques; et assurer aussi l'accès à ces différents éléments. Les organismes intergouvernementaux et multilatéraux tels que ONUSIDA et la Banque mondiale peuvent offrir un savoir spécialisé, une aide financière et des liens avec d'autres organismes internationaux.

- ***Les organisations non gouvernementales et communautaires*** apportent leur crédibilité découlant d'une collaboration étroite avec les personnes les plus affectées par l'épidémie; ces organisations peuvent aussi mettre à profit leur savoir concernant les besoins et les ressources de la communauté locale, leurs connaissances techniques du VIH/SIDA, et leur expérience à développer et à exercer une influence dans la sphère sociale et politique.

Principales leçons tirées de l'expérience des entreprises en matière de riposte

Les 16 entreprises ciblées dans le document « *Riposte des entreprises au VIH/SIDA : Impact et leçons tirées* » ont défini de manière cohérente plusieurs leçons clés et facteurs de réussite qui concourent à exercer une riposte efficace contre la maladie.

1. Engagement de la direction (directeur général, conseil d'administration, et cadres) et compréhension du personnel à tous les niveaux, notamment pour l'exposé des raisons de riposter au VIH/SIDA.
2. Mise au point d'initiatives mettant en rapport les compétences principales et le savoir-faire technique de l'entreprise avec les besoins du public cible.
3. Engagement concerté permettant d'agir avec une efficacité réelle, de sortir du lieu de travail et de s'attaquer aux problèmes de la communauté locale.
4. Mise en évidence des coûts et des bénéfices pour l'entreprise et preuve de l'engagement des ressources humaines dans les initiatives de lutte contre le VIH/SIDA.
5. Mise en place d'une approche consultative auprès de toutes les parties prenantes, notamment avec la participation des personnes vivant le VIH/SIDA, afin de bien cibler les initiatives et de définir les priorités.
6. Établissement de partenariats avec les ONG et les organisations gouvernementales et intergouvernementales susceptibles d'apporter le savoir-faire et les connaissances nécessaires pour s'attaquer au problème du VIH/SIDA et amplifier la riposte.
7. Participation d'éducateurs/porte-parole pour les pairs issus des groupes cibles à la dissémination de l'information en matière d'éducation et de prévention.
8. Utilisation d'outils créatifs peu coûteux assurant la durabilité et la reproductibilité.
9. Surveillance continue et réévaluation de l'efficacité des initiatives, avec la volonté d'adapter les programmes en fonction des résultats obtenus.

Évaluation des résultats

Un grand nombre de ces initiatives en sont au premier stade; il est donc difficile pour les entreprises d'en évaluer l'efficacité et l'incidence. Quelques entreprises ont des mécanismes en place pour surveiller les progrès réalisés, mais il y a encore peut de données précises sur les résultats ou le rapport coût-efficacité. De même, les entreprises peuvent hésiter à partager l'information qui se rapporte aux activités principales de l'entreprise.

Toutefois, un grand nombre de données non scientifiques indiquent que les initiatives en question ont des effets positifs. Plusieurs des entreprises ciblées dans le document Riposte des entreprises au VIH/SIDA ont remarqué une incidence réduite de l'infection au VIH/SIDA parmi les employés, une plus grande

Volkswagen do Brasil a mis en oeuvre un programme detraitement et de soins coordonnés du VIH/SIDA à l'intention des employés atteints de la maladie. Ce programme incluait l'accès aux spécialistes des maladies infectieuses, aux travailleurs sociaux, aux nutritionnistes, aux psychologues, l'acheminement vers des hôpitaux spécialisés, les soins à domicile, l'administration de médicaments antirétroviraux et des essais cliniques. Il a résulté de l'application de ce programme une baisse de 90 p. cent dans le taux d'hospitalisations et une diminution de 40 p. cent du coût des traitements et des soins. Quatre-vingt dix p. cent des employés participant au programme menaient une vie active et sans symptômes, et des économies importantes ont été réalisées en raison d'une baisse de l'absentéisme et de la perte d'employés expérimentés.

volonté de la part de ceux-ci à discuter de la maladie et à participer à des programmes de prévention, et une diminution des préjugés et de la discrimination envers les personnes vivant avec le VIH/SIDA. L'une des sociétés ciblées, Eskom, une entreprise de services publics établie en Afrique du Sud, affirme que les avantages liés aux stratégies de prévention de la maladie sont supérieurs à une propagation non contrôlée du VIH/SIDA au sein de la communauté.

Même si quelques entreprises (p. ex., Volkswagen do Brasil) ont procédé à des études quantitatives des résultats, d'autres analyses sont nécessaires pour réunir les données attestant des coûts et de l'efficacité des résultats. Cette information est importante pour les entreprises qui ont à prendre des décisions concernant le niveau des investissements affectés à ces projets.

Dilemmes pour les entreprises

Les sociétés multinationales peuvent avoir à faire face à de terribles dilemmes lorsqu'elles établissent et assurent des programmes d'approche communautaire au VIH/SIDA et qu'elles appuient des initiatives dans les pays en développement.

L'un des plus grands défis consiste à créer des capacités sans créer de dépendance. Il arrive souvent que les entreprises s'engagent dans des actions de soins de santé de type communautaires, comme dans le cas du VIH/SIDA, parce que l'infrastructure ou les services publics font défaut à cause de la désorganisation sociale, du fait que les priorités gouvernementales sont ailleurs et qu'elles manquent de ressources. Dans certains cas, les entreprises qui ont organisé des actions en matière de santé et sur le plan social ont été critiquées par la communauté internationale pour avoir usurper les fonctions gouvernementales, ce qui laisse trop de latitude aux gouvernements qui peuvent ainsi se décharger de leurs responsabilités sociales. En outre, si l'entreprise ferme, la communauté n'a plus de services. La solution est donc de trouver des moyens permettant de mettre sur pied une capacité durable au moyen de partenariats avec d'autres entreprises, organisations internationales, ONG et gouvernements.

Le processus de consultation et de collaboration avec les communautés locales – compte tenu des intérêts et des besoins diversifiés et parfois divergents – pose également un défi. Les entreprises doivent être en mesure de trouver les dirigeants communautaires clés et de découvrir qui sait faire travailler; elles doivent ensuite penser à des moyens efficaces qui leur permettent de travailler avec ces personnes. De nombreuses ressources sont disponibles pour aider les entreprises dans ce processus d'engagement, de collaboration et de partenariat avec les communautés. Des organisations telles que Business for Social Responsibility et le Centre canadien entre l'entreprise et la collectivité ainsi que des organismes à but lucratif en rapport avec le VIH/SIDA tels que Conseil mondial des entreprises sur le VIH et le SIDA, peuvent offrir des outils et des conseils.

Une autre question épineuse est la tendance chez la « communauté » bénéficiant des initiatives de l'entreprise à se développer, les demandes de services augmentant de plus en plus. Cette situation rend hésitantes les entreprises à s'engager dans des activités de collaboration. C'est souvent le cas des petites entreprises aux prises avec des capacités financières et des ressources humaines restreintes. Le secteur minier trouve qu'il s'agit d'une difficulté particulière, surtout que les entreprises minières sont souvent de petite taille (comparativement aux entreprises pétrolières et certaines autres multinationales) et que le secteur est en butte à des problèmes d'ordre économique. Néanmoins, les attentes et les demandes augmentent. Encore une fois, la solution consiste à trouver des moyens de travailler en partenariat avec d'autres entreprises, des gouvernements, des organisations internationales et des ONG – les entreprises ne s'attendent pas à répondre seules à tous les besoins.

5. Les ressources et les besoins nécessaires aux entreprises

Un volume de plus en plus grand de ressources et d'outils sont mis à la disposition des entreprises pour les aider à déterminer comment le VIH/SIDA pourrait toucher leur entreprise, et comment organiser et soutenir une riposte appropriée et efficace.

Organisations

Plusieurs organisations clés sont de bonnes sources d'information et d'aide. L'Annexe B comprend une liste des organisations qui pourraient être utiles.

- Le Conseil mondial des entreprises sur le VIH et le SIDA est une organisation qui soutient ses membres en les conseillant et en leur offrant des services de soutien par les pairs, des outils et des programmes, et la possibilité de créer des réseaux. L'organisme a pour objectif de promouvoir la mise en oeuvre de politiques et de programmes en milieu de travail; de canaliser les compétences et les ressources des entreprises dans des initiatives autres qu'en milieu de travail; d'assurer un travail de sensibilisation et de leadership des entreprises adhérentes auprès des collaborateurs, des fournisseurs et des clients; de conclure des partenariats avec le gouvernement et les organisations internationales et des organisations de la société civile. La coalition dispose d'un programme d'organisation de sommets nationaux et régionaux s'adressant aux dirigeants des entreprises, des gouvernements et de la société civile en vue de promouvoir ces partenariats. Le site Web inclut les liens à une multitude de ressources et d'organisations (www.businessfightsaids.org).

- La Asian Business Coalition on AIDS (ABC on AIDS) est une coalition d'organismes à but lucrative nationaux présente dans 10 pays (Thaïlande, Vietnam, Cambodge, Inde, Malaisie, Myanmar, République démocratique populaire lao, Indonésie, Bangladesh et Philippines). Certains de ces organismes nationaux sont des comités ou des coalitions s'occupant précisément de cas de VIH/SIDA tandis que d'autres exercent des activités plus générales ou sont des organisations axées sur la RSE qui s'intéressent au problème du VIH/SIDA. Les partenaires de l'ABC on AIDS échangent de l'information, évaluent leurs besoins mutuels, élaborent des stratégies conjointes et développent des ressources en vue de soutenir les meilleures pratiques, et collaborent à la gestion de l'information, aux programmes de formation et aux conférences. Le site Web inclut des outils, des ressources et des exemples typiques (www.abconaids.org).

- L'ONUSIDA (Programme commun des Nations Unies sur le VIH/SIDA) publie des publications intéressantes sur l'épidémiologie du VIH/SIDA ainsi que des publications liées à la riposte des entreprises. La Partnership Unit met l'accent sur l'établissement de partenariats avec les entreprises et sur le soutien de ces partenariats (www.unaids.org).

- Global Compact est une organisation axée sur la création de réseaux, qui met en valeur le leadership des entreprises axé sur une croissance durable. Elle met les entreprises en contact avec les organisations des Nations Unies, les syndicats et d'autres groupes de la société civile pour le partage de valeurs et de principes (www.globalcompact.org).

Outils et ressources en information

- Une section *Outil pour dirigeants* est incluse au document *Riposte des entreprises au VIH/SIDA* cité précédemment. Cet outil contient des principes directeurs, les éléments de base du processus de planification et des options liées aux politiques et aux programmes. Des directives sur l'établissement et le maintien de partenariats fructueux y sont également énoncées.

- ONUSIDA et le Forum économique mondial ont élaboré un *menu de partenariat* visant à aider le secteur privé à trouver des occasions innovatrices de partenariats pour lutter contre le VIH/SIDA. Le menu présente aux donateurs éventuels une liste des projets qu'ils peuvent commanditer dans les pays.

- L'Organisation internationale du travail a publié le document *An ILO Code of Practice on HIV/AIDS and the World of Work* qui contient des conseils pratiques à l'intention des décideurs, des employés, des organismes de travailleurs et d'autres partenaires sociaux, sur l'élaboration et l'application de politiques visant le lieu de travail, sur les programmes de prévention et de soins, et sur les stratégies de traitement des travailleurs dans le secteur de la main-d'oeuvre parallèle.

- Le Conseil mondial des entreprises sur le VIH et le SIDA a élaboré une trousse à l'intention des hauts dirigeants et des cadres d'entreprises, intitulée *Employees and HIV: Action for Business Leaders*. Cette trousse présente des principes simples et concis, illustrés par des exemples de programmes concrets déjà adoptés par des entreprises dans le monde.

Annexe A :
Références

Épidémie mondiale du VIH/SIDA et riposte des entreprises à cet égard

AIDS Epidemic Update December 2001. UNAIDS and World Health Organization.

An ILO Code of Practice on HIV/AIDS and the World of Work. 2001. International Labour Organization, International Labour Office, Geneva.

Action by Employers against HIV/AIDS at Work. November 2000. Report of a Workshop held by the International Partnership Against HIV/AIDS in Africa. UNAIDS.

Canada's Global Response to HIV/AIDS: An Interactive Forum. 1999. Health Canada.

Corporate Response to HIV/AIDS. 1997. Report of a UNAIDS-sponsored study of 203 companies in 14 countries. The Conference Board.

Employees and HIV/AIDS: Action for Business Leaders. 2001. Global Business Coalition on HIV/AIDS.

HIV/AIDS: A Commonwealth Emergency, The Case of the Commonwealth Caribbean. 2001. Paper presented by James St Catherine, CARICOM Secretariat, to the 13th Commonwealth Health Ministers Meeting, Christchurch, New Zealand, November 25-29, 2001.

HIV/AIDS, the Mining and Minerals Sector and Sustainable Development in Southern Africa. 2000. A project of the International Institute for Environment and Development, commissioned by the World Business Council for Sustainable Development.

HIV/AIDS: Toward Corporate Disclosure. 2001. Description of a project of the Global Reporting Initiative.

Private Sector AIDS Policy: Businesses Managing AIDS, A Guide for Managers. 1999. Family Health International.

The Business Case for HIV/AIDS. 1996. Health Canada.

The Business Response to HIV/AIDS: Impact and Lessons Learned. 2000. UNAIDS, the Global Business Coalition on HIV/AIDS, and the Prince of Wales Business Leaders Forum.

The Business Response to HIV/AIDS: Innovation and Partnership. 1997. UNAIDS and the Prince of Wales Business Leaders Forum.

The Caribbean Regional Strategic Plan of Action for HIV/AIDS. September 2000. Caribbean Task Force on HIV/AIDS.

To Share and To Learn: The Case for Canadians to Act Globally Against HIV/AIDS. 2000. Health Canada.

Responsabilité sociale des entreprises

Agenda 21: A Comprehensive Plan of Action on Sustainable Development. 1992. United Nations Division for Sustainable Development.

Canadian Development Report 1998: Canadian Corporations and Social Responsibility. 1998. North-South Institute.

Cooperation Between the United Nations and All Relevant Partners, in Particular the Private Sector. August 2001. United Nations General Assembly.

Corporate Social Responsibility. December 2001. Descriptive material, summary of trends, and research findings from the web site of the Canadian Centre for Business in the Community.

Corporate Social Responsibility: A Contribution to Public Ethics and Probity. November 2000. Corporacion FORJA, Chile.

Engaging Stakeholders and Business-NGO Partnerships in Developing Countries. November 1999. Prepared by The Centre for Innovation in Corporate Responsibility for The Alliance of Manufacturers and Exporters of Canada.

Government and Corporate Social Responsibility: An Overview of Selected Canadian, European and International Practices. April 2001. Canadian Business for Social Responsibility.

Introduction to Corporate Social Responsibility. December 2001. Document from the Business for Social Responsibility web site (www.bsr.org).

Promoting Global Corporate Responsibility. December 2001. Document from the National Policy Association web site (www.npa1.org).

Reporting on Corporate Social Responsibility Performance: Results of a Survey of Canadian Companies. March 2001. Prepared for Industry Canada by David Greenall and Ron Yachnin, Canadian Centre for Business in the Community and The Conference Board of Canada.

Stepping Forward: Corporate Sustainability Reporting in Canada. November 2001. Stratos Inc. in collaboration with Alan Willis & Associates and SustainAbility.

Sustainability Reporting Guidelines. June 2000. Global Reporting Initiative.

The Business Case for Sustainable Development. September 2001. World Business Council for Sustainable Development.

The Five Generations of Corporate Codes of Conduct and Their Impact on Corporate Social Responsibility. 1996. E.P. Mendes and J.A. Clark, Human Rights Research and Education Centre, Carleton University.

The Millennium Poll on Corporate Social Responsibility: Executive Briefing. 1999. Environics International Ltd. in cooperation with The Prince of Wales Business Leaders Forum and The Conference Board.

The Mining Sector and Community Health: An Assessment of Activity, Engagement and Perception. Draft, January 2002. Prepared for Natural Resources Canada by Black and White Communications.

The OECD Guidelines for Multinational Enterprises and Global Instruments for Corporate Responsibility. April 2001. Organization for Economic Cooperation and Development, Directorate for Financial, Fiscal and Enterprise Affairs.

Annexe B :
sites Web

Entreprises relatifs au SIDA et à la responsabilité sociale des entreprises

Les sites Web des organisations contiennent une foule d'informations qui pourraient servir aux entreprises intéressées à s'engager dans la riposte au VIH/SIDA à l'échelle mondiale ou à consolider les politiques et les programmes actuels en matière de VIH/SIDA.

Asian Business Coalition on HIV/AIDS
www.ABConAIDS.org

Business Exchange on AIDS and Development
www.cdc.gov

Business for Social Responsibility
www.bsr.org

Centre canadien des relations entre l'entreprise et la collectivité
www.cbsr.bc.ca

Canadian Centre for Business in the Community
www2.conferenceboard.ca/ccbc

Canadian Centre for Innovation in Corporate Responsibility
www.cicr.net

Corporate Council on Africa
www.africacncl.org

Forum Empressa (met l'accent sur la responsabilité sociale des entreprises dans les Amériques)
www.empressa.org

Global Business Coalition on HIV/AIDS
www.businessfightsaids.org

Global Reporting Initiative
www.globalreporting.org

International Chamber of Commerce Group on Business in Society
www.iccwbo.org

Institut international du développement durable
www.iied.org

National Policy Association (U.S.), Corporate Social Responsibility Project
www.npa1.org

Institut nord-sud
www.nsi-ins.ca

Prince of Wales International Business Leaders Forum
www.pwblf.org.uk

Social Investment Organization
www.socialinvestment.org

Programme commun des Nations Unies sur le VIH/SIDA (ONUSIDA)
www.unaids.org

United Nations Global Compact
www.unglobalcompact.org

World Alliance for Community Health
www.wacommunityhealth.org

World Business Council for Sustainable Development
www.wbcsd.org

World Economic Forum Global Health Initiative
www.weforum.org